

هوشیاری کارآفرینانه

Entrepreneurial Alertness

www.ketab.ir

نویسنده:

مهدی جهانی

سرشناسه	: جهانى، مهدى، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	: هوشيارى کارآفرينانه = Entrepreneurial Alertness / مهدى جهانى.
مشخصات نشر	: تهران: ندای کارآفرين، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهرى	: ۷۲ ص: جدول، نمودار.
شابک	: 978-600-7095-77-5
وضعيت فهرست نویسى	: فیا
موضوع	: کارآفرينى — جنبه‌هاى روان‌شناسى
موضوع	: آگاهى موقعيتى
رده بندى کنگره	: HB۶۱۵/ج۸۷۶ه۹ ۱۳۹۳
رده بندى ديويى	: ۶۵۸/۳۳۱
شماره کتابشناسى ملي	: ۳۶۱۵۹۱۱



نام کتاب	: هوشيارى کارآفرينانه
نویسنده	: مهدى جهانى
تیراژ	: ۱۰۰۰
نوبت چاپ	: ۱۳۹۳ اول
قيمت	: ۵۰۰۰ تومان
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۷۰۹۵-۷۷-۵

مرکز پخش: خیابان انقلاب، خیابان فخررازی، نبش کوچه انوری، پلاک ۲۹
تلفن تماس: ۶۶۴۰۲۷۲۲

WWW.NedayeKarafarin.ir

پیشگفتار.....	۷
کار آفرینی.....	۹
مفاهیم علمی کار آفرینی.....	۱۱
هوشیاری کار آفرینانه.....	۱۵
شکل گیری هوشیاری کار آفرینانه.....	۲۰
تعاریف ارائه شده از هوشیاری کار آفرینانه.....	۲۱
دیدگاه اقتصادی اتریشی.....	۲۱
دیدگاه رفتاری از هوشیاری.....	۲۲
دیدگاه شناختی هوشیاری.....	۲۲
عوامل فردی و اجتماعی تأثیرگذار بر هوشیاری کار آفرینانه.....	۲۴
۱-عوامل فردی.....	۲۴
تحصیلات.....	۲۴
سن.....	۲۵
نظام آموزشی.....	۲۶
جنسیت.....	۲۶
خطر پذیری.....	۲۷
شناخت فردی.....	۲۷
گرایش به نوآوری.....	۲۸
۲-عوامل اجتماعی.....	۲۹
هنجارهای ملی کار آفرینانه.....	۲۹

- ۲۹..... توجه رسانه ای
- ۲۹..... منزلت کارآفرین
- ۳۰..... تشخیص فرصت و هوشیاری کارآفرینانه
- ۳۴..... مدل‌های هوشیاری کارآفرینانه
- ۳۷..... هوشیاری کارآفرینانه از دیدگاه تانگ؛ رویکرد پردازشگر اطلاعات
- ۴۱..... تبیین مدل تانگ
- ۴۱..... آماده‌سازی و جمع‌آوری اطلاعات
- ۴۱..... نهفتگی و تغییر و دگرگونی اطلاعات
- ۴۳..... هوشیاری کارآفرینانه از دیدگاه چن و کینگ
- ۵۱..... سوابق پژوهشی پیرامون هوشیاری کارآفرینانه
- ۵۹..... جدول مقایسه مطالعات مشابه
- ۶۵..... منابع و مآخذ
- ۶۷..... فهرست مقالات کلیدی
- ۶۷..... فهرست منابع فارسی
- ۶۸..... فهرست منابع لاتین
- ۷۱..... معرفی کتابهای مهم در این موضوع

پیشگفتار

امروزه کارآفرینی به عنوان یک راهبرد اثر بخش برای توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور ها شناخته شده است. (زالی و رضوی، ۱۳۸۷) و بی شک کشور های پیشرفته جهان، رشد اقتصادی و اجتماعی خود را تا حد زیادی مدیون گسترش کارآفرینی هستند.

تشخیص و درک فرصت پایه و اساس فعالیت های کارآفرینی است. از این رو تیمونز تشخیص فرصت را قلب فعالیت های کارآفرینانه می داند (Timmons, 2006). بر اساس نتایج حاصل از برنامه ی GEM (دیده بان جهانی کارآفرینی)، در سال ۲۰۰۸ (۱۳۸۷) رتبه ایران در شاخص درک فرصتهای کارآفرینانه (با ۳۳/۷۲ درصد) در میان ۴۲ کشور عضو برابر با ۲۸ و در سال ۲۰۰۹ (۱۳۸۸) رتبه ایران در این شاخص (با ۳۰/۸۱ درصد) در میان ۵۴ عضو برابر با ۳۳ می باشد که نسبت به سال ۱۳۸۷ به میزان ۳ درصد کاهش نشان می دهد. بنابراین تشخیص فرصت های کارآفرینانه در ایران نه تنها پایین که نرولی است. بر همین اساس شناسایی عوامل تقویت کننده ی درک فرصت های کارآفرینانه در ایران از جایگاه مهمی برخوردار می باشد.

یکی از عوامل موثر بر درک فرصت های کارآفرینانه، هوشیاری کارآفرینانه است. هوشیاری کارآفرینانه برای اولین بار در سال ۱۹۷۳ توسط کرزنر برای بیان تشخیص فرصت کارآفرینانه مطرح شد (Kirzner, 1973). ری و کاردوزو (۱۹۹۶) بر این باورند که تشخیص فرصت بر پایه نوعی هوشیاری می باشد که توسط اطلاعات تقویت می شود. در واقع هوشیاری کارآفرینانه را می توان به عنوان یک گرایش باطنی به آگاهی و حساس بودن به اطلاعات، مشکلات، نیازها و علاقه های

ارضا نشده مشتریان بالقوه و بالفعل دانست (Ray and Cardozo, 1995).
هوشیاری استعداد ذاتی نیست بلکه از تجربه کارآفرینی و جمع آوری تجارب
تجاری حاصل می شود که در آن جمع آوری اطلاعات ضمنی از طریق تمرین و
عمل کسب می شود و در هیچ کتابی نوشته نشده است (Gaglio and Katz, 2001).
2001). گاگلیو و همکاران استدلال می کنند که هوشیاری کارآفرینانه یک مبنای
ذهنی است و طرح ذهنی تشخیص فرصتها است (Yu, 2001).

لازمه تشخیص فرصت برخورداری از هوشیاری کارآفرینانه است. هر چه توانایی
فکری و ذهنی افراد در شناسایی فرصت ها بیشتر باشد، احتمالاً قصد آنها برای
بهره برداری از فرصت ها بیشتر خواهد بود (Ardichvili, 2006). از این رو سوالی
که مطرح می شود این است که آیا هوشیاری کارآفرینانه بر قصد کارآفرینانه تاثیر
داد؟